



**A.N.E.P.**  
**Consejo de Educación Técnico Profesional**  
**(Universidad del Trabajo del Uruguay)**

	DESCRIPCIÓN	CÓDIGO
TIPO DE CURSO	CURSO TÉCNICO Terciario	050
PLAN	2013	2013
ORIENTACIÓN	DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN SOCIAL	30A
SECTOR DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN	14
AÑO	4to SEMESTRE	4to sem
MÓDULO	N/C	N/C
ÁREA DE ASIGNATURA	SEMIOTICA	667
ASIGNATURA	SEMIOTICA	38441
ESPACIO CURRICULAR	-	-

TOTAL DE HORAS/CURSO	48 hs
DURACIÓN DEL CURSO	16 Semana
DISTRIB. DE HS /SEMANALES	3 hs

FECHA DE PRESENTACIÓN	9.4.13
FECHA DE APROBACIÓN	
RESOLUCIÓN CETP	

**PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO**  
**ÁREA DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR**

## **FUNDAMENTACION**

La asignatura Semiótica y Teoría de la Interpretación, en el área gráfica deberá estar orientada hacia los conocimientos del signo y sus representaciones en el ámbito de la publicidad y la comunicación visual.

El signo como elemento básico de comunicación, ha atravesado en el correr de la historia distintas categorías y definiciones. En estos tiempos de confusión entre la representación de la cosa y la cosa real, el signo aparece atrapado en una actividad de infinitas interpretaciones. Los problemas de la representación e interpretación serán las temáticas a desarrollar en el curso.

El diseño gráfico suele muchas veces potenciar al objeto en si. Por lo tanto es un instrumento indispensable en este tiempo de comunicación y marketing. El diseño gráfico escapa de los continentes que le fueron asignados, es decir, aquellos que significaban solamente la representación de algo. El diseño gráfico vale por si mismo, en su iconicidad, creando muchas obras de arte, pero además creando a través de la tecnología un concepto de hiper-realidad, un nuevo concepto en el análisis comunicacional. Es una nueva forma del lenguaje, una nueva comunicación visual, que interactúa entre el objeto y el sujeto, siendo el diseño, a veces, el objeto por si mismo de la realidad que muestra. En tiempos de globalización el diseño resurge como una marca registrada del lugar donde se produce. El trazo distingue a la cosa y a la cosa representada. Por lo tanto transfiere una marca, un estilo a la comunidad.

## **OBJETIVO GENERAL**

Generar una mirada abarcativa de las actividades del signo en sus múltiples usos, observando y analizando los componentes sígnicos, en su variada gama de discursos gráficos. Analizar algunas discusiones contemporáneas sobre el diseño gráfico y la representación en los multimedia, de los objetos diseñados.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Incrementar en el alumno las fronteras de conocimiento y proporcionarle las herramientas a fin de que reflexione acerca del acontecimiento gráfico, probabilizando lo obvio, lo que nadie ve.

Proporcionar los elementos necesarios a fin de que el alumno analice y discuta no sólo sobre el problema del diseño, sino también sobre lo que subyace en el fondo del discurso (signo artístico), como componente estético. Con ese presupuesto, el alumno abordará el análisis de los diferentes discursos gráficos (en diversos soportes), así como la creación de discursos a partir de la construcción de su propio objeto estético-gráfico.

### **UNIDAD 1 *Conceptos generales***

El signo en la sociedad y como el mismo crea la cultura. La vieja teoría de la comunicación E-M-R será puesta en cuestión. Generar un espacio reflexivo, que contenga como análisis elementos cotidianos. Plantear en forma sutil el problema de la imagen.

#### Índice temático de la Unidad 1 (9 horas)

- El signo en la cultura.
- La vieja teoría de la comunicación y sus problemas hoy.
- El problema del receptor.
- El signo como una actividad estructurada.
- La imagen del signo y sus problemas.

### **UNIDAD 2 *Semiótica - Semiología.***

El curso deberá detenerse en las dos corrientes de pensamiento más importante dentro de la semiótica. Pensamientos creadores de la disciplina: Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce. Sus conceptos y sus definiciones. Sus reflexiones y sus diferencias. Pensamiento diádico versus pensamiento triádico. Desde estos autores, podemos construir la referencialidad del mensaje y sus problemas en la posmodernidad o sobremodernidad sin perder de vista el discurso gráfico.

#### Índice temático de la Unidad 2 (12 horas)

- La semiología y su formulación desde Ferdinand de Saussure.
- La semiótica y el pragmatismo en Charles Sanders Peirce.
- Los diversos mecanismos de análisis en el diseño gráfico.
- El mensaje y la construcción referencial.

### **UNIDAD 3 *La imagen y su discurso***

La construcción de la capacidad analítica del estudiante. La fotografía como problema, y sus diversas capacidades sígnicas. La imagen como palabra, entender y comprender su estructura. La imagen, además como construcción de mitos y su importancia en el mundo actual. Conocer a la cosa por su imagen y por su no semejanza.

### Índice temático de la Unidad 3 (12 horas)

- La fotografía y el mapa visual.
- Índice – Icono – Símbolo.
- La imagen como palabra expresada.
- Entender la imagen como proceso de un conocimiento.
- La estructura de la imagen y de cómo la misma a veces se transforma en un mito.

### **UNIDAD 4 *Conceptos estéticos del diseño gráfico***

Lo estético en el discurso gráfico, color, forma y contenido. Dichos elementos intentan romper y discontinuar el discurso, pasar de lo nuevo a lo novedoso. Su principal problema, es la unión de todos los conceptos dados en clase. Además se abordarán las funciones del lenguaje, para luego proponer otras formas poéticas; a partir de la construcción de los nuevos mensajes creados por los alumnos.

### Índice temático de la Unidad 4 (12 horas)

- Los diversos componentes del discurso gráfico.
- El color como elemento de significación en la sociedad.
- El espacio gráfico como espacio discursivo dentro del diseño.
- Las funciones del lenguaje y sus diversos usos dentro de la comunicación en general y dentro del discurso gráfico en particular.

### Bibliografía de la Unidad 1

**Introducción a la semiótica.** CASSETTI, F. Ed. Fontenella. Madrid, España.

**Tratado del signo visual.** GRUPO Mu Ed. Cátedra. Barcelona, España.

### Bibliografía Unidad 2

**La aventura semiológica.** BARTHES, R. Ed. Paidós Comunicación. Madrid, España.

**El mensaje publicitario.** MORENTINI, J. M. Ed. Hachette. Bs. As. Argentina.

Bibliografía Unidad 3

**Arte y percepción visual.** ARHEIM, R. Ed. Alianza. Madrid, España.

**El pensamiento visual.** ARHEIM, R. Ed. Eudeba. Bs. As., Argentina.

**Historia de los colores.** BRUSTAIN, M. Ed. Paidós Estética. Barcelona, España.

**La sintaxis de la imagen.** DONDIS, D. Ed. Gustavo Gilli. Barcelona, España.

**“La piel seca”.** Revista: El\_Paseante. JANOS, J. Madrid, 1988, España.

Otra bibliografía a tener en cuenta.

**Diccionario de símbolos.** CIRLOT, J. Ed. Labor. Barcelona, España.

**Sociología del arte.** FRANCASTEL, P. Ed. Alianza. Madrid, España.

**Diseño y color.** BERRY, S. Ed. Blume. Barcelona, España.

**Esto no es una pipa. Ensayo.** FOUCAULT, M. Ed. Anagrama. Madrid, España.

El curso además irá acompañado por material gráfico o audiovisual además de recomendaciones de películas, exposiciones plásticas para una mejor comprensión del curso.